

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Budaya dapat dimanfaatkan sebagai media efektif dalam praktik diplomasi publik oleh suatu negara¹. Hal ini dikarenakan setiap negara memiliki keunikan dan perbedaan budaya yang membedakannya dari negara lain. Dengan memanfaatkan keunikan ini, negara dapat menarik perhatian publik internasional dan memperkenalkan identitas nasionalnya secara efektif. Era pasca perang dingin menunjukkan pergeseran politik global yang cenderung berfokus pada budaya². Oleh karena itu, mempelajari dan mengembangkan budaya nasional menjadi sangat penting bagi suatu negara untuk memperkuat posisinya di kancah internasional.

Budaya adalah aspek besar dalam kehidupan bermasyarakat yang bersifat dinamis, meliputi aspek-non materialis seperti kepercayaan, sistem bahasa dan komunikasi, serta aspek materialis seperti bangunan, teknologi, pakaian, musik dan sastra³. Pada era moderen ini salah satu budaya yang berkembang di masyarakat global adalah budaya populer atau biasa dikenal dengan istilah *pop culture*. Budaya populer merupakan istilah yang merujuk pada budaya materialis masyarakat tertentu yang mampu untuk diterima oleh masyarakat global⁴.

¹ Nicholas J. Cull, "Public Diplomacy: Taxonomies and Histories," *Annals of the American Academy of Political and Social Science* 616, no. 1 (2008): 31–54, <https://doi.org/10.1177/0002716207311952>.

² Peter Evans and Samuel P. Huntington, "The Clash of Civilizations and the Remaking of the World Order," *Contemporary Sociology* 26, no. 6 (1997): 691, <https://doi.org/10.2307/2654621>.

³ Nicki cole, "So What Is Culture, Exactly?," *Thoughtco.Com*, June 4, 2024, <https://www.thoughtco.com/culture-definition-4135409>.

⁴ ashley crossman, "Sociological Definition of Populer Culture," *Thoughtco.Com*, July 30, 2024.

Jepang merupakan salah satu negara yang berhasil dalam menggunakan budaya sebagai media melakukan diplomasi publik⁵. Banyak sekali karya seni khas Jepang seperti *Anime* (film animasi khas Jepang), *Manga* (komik khas Jepang), musik J-pop (musik pop khas Jepang), *Fashion*, dan juga makanan yang mendunia dan dinikmati oleh publik internasional. *Idol group* Jepang juga menjadi salah satu *export* Jepang yang banyak diterima oleh publik internasional terutama di wilayah Asia Tenggara⁶. *Idol group* Jepang yang membawakan budaya Jepang dianggap memiliki ciri khas yang berbeda dari *idol group* lain sehingga mampu menarik minat publik internasional.

Idol group merupakan sekelompok orang yang bernyanyi, menari, dan *modelling* yang diproduksi secara massal dan tampil di media⁷. Dalam konteks *idol group* Jepang maka tarian dan musik yang dibawakan adalah musik dan tarian khas Jepang. *Idol group* Jepang tumbuh dengan membawa konsep “*berkembang bersama dengan fans*”⁸. Dengan menyajikan setiap proses dan perkembangan memburnya *idol group* Jepang mampu untuk menarik penggemar dari seluruh dunia. Hal ini dapat terjadi karena pada konsep *idol group* lain hanya menyuguhkan hasil dan penampilan tanpa dapat diketahui proses dan perkembangan mereka.

⁵ Amelia Pratiwi, “DIPLOMASI PUBLIK DAN BUDAYA JEPANG MELALUI INSTRUMEN SOFT POWER DIPLOMACY,” 2021, <https://www.researchgate.net/publication/355393592>.

⁶ Patrick W. Galbraith, “‘Idols’ in Japan, Asia and the World,” *Routledge Handbook of Celebrity Studies*, no. Oricon 2014 (2018): 202–14, <https://doi.org/10.4324/9781315776774>.

⁷ Patrick W. Galbraith and Jason G Karlin, *Idols and Celebrity in Japanese Media Culture*, 2012.

⁸ Berliyantin Puspaningrum, “2016 Universitas Indonesia Akb48: Sebuah Fenomena Idol Jepang Dalam Kerangka Kritis Industri Budaya Disusun Untuk Memenuhi Tugas Makalah Ujian Akhir Semester Mata Kuliah Teori Kritis,” 2016.

Budaya *idol* mulai berkembang di Jepang pada tahun 1971⁹. Pada era ini televisi memainkan peran penting dalam meningkatkan popularitas *idol* di Jepang. Televisi menawarkan akses yang jauh lebih mudah bagi warga Jepang untuk menyaksikan *idol* dari pada harus datang ke bioskop. Seiring berjalannya waktu *idol* Jepang terus berkembang pesat hingga pada tahun 1980 *idol* Jepang mencapai masa keemasan¹⁰. Masa keemasan *idol* Jepang ditandai dengan banyaknya *idol* baru yang ada di Jepang. *Idol* Jepang memberikan efek stimulus terhadap sektor ekonomi dan industri di Jepang dan proses perkembangan *idol* yang sangat kompleks membuat banyak cendekiawan di Jepang menyebutkan bahwa *idol* merupakan sebuah budaya baru¹¹.

Malaysia merupakan salah satu negara yang peminat budaya Jepangnya tinggi¹². Duta besar Jepang untuk Malaysia Katsuhiko Takahashi mengungkapkan bahwa setiap kali diselenggarakannya *event* budaya Jepang di Malaysia selalu disambut dengan antusias oleh masyarakat Malaysia terutama yang merupakan generasi muda. Budaya populer Jepang bisa dengan mudah diterima oleh generasi muda di Malaysia karena mereka telah mengkonsumsi sejak kecil melalui televisi

⁹ Sakai Masayoshi, "When Idols Shone Brightly Development of Japan, the Idol Nation, and the Trajectory of Idols," *Japanpolicyforum.Jp*, 2016, <https://web.archive.org/web/20210513205227/https://www.japanpolicyforum.jp/society/pt20160407013017.html>.

¹⁰ Satria Yudho Nugroho, "Japanese Idol Aidoru, Pesona Dan Kontroversi Di Balik Budaya Pop Jepang," *Haluan.Com*, 2023, <https://www.harianhaluan.com/news/108922971/japanese-idol-aidoru-pesona-dan-kontroversi-di-balik-budaya-pop-jepang>.

¹¹ Wenhao Fan, "MASS MEDIA STRATEGIES AND ITS PROMOTION OF JAPANESE IDOL CULTURE IN CHINA: A CASE STUDY OF SNH48 AND AKB48," *Bangkok University* 4, no. 1 (2022): 1–23.

¹² The Japan Times, "The 'Bigger Picture': Japan's Contributions to Malaysia," *Japantimes.Co.Jp*, 2023, <https://www.japantimes.co.jp/country-report/2023/11/24/malaysia-report-2023/bigger-picture-japans-contributions-malaysia/>.

dan seiring dengan perkembangan teknologi informasi generasi muda Malaysia bisa mengakses budaya populer Jepang secara *online* melalui internet¹³.

Pada tahun 2023 Malaysia menempati peringkat kedelapan sebagai negara yang paling banyak menonton anime¹⁴. Sebanyak 42,7% masyarakat Malaysia menonton anime. Jumlah ini menandakan bahwa peminat budaya Jepang di Malaysia sangat tinggi. Publik Malaysia juga memiliki minat yang besar terhadap *idol group* Jepang. *Idol group* Jepang terbesar, AKB48 pertama kali melakukan konser di Malaysia pada tahun 2019 pada *event* bertajuk “*Japan Expo Malaysia 2019*”¹⁵ di Pavilion Kuala Lumpur. Pada *event* ini untuk pertama kalinya penggemar AKB48 di Malaysia dapat menyaksikan AKB48 secara langsung. Penggemar AKB48 menyambut dengan antusias hadirnya AKB48 di Malaysia untuk pertama kalinya¹⁶. Antusiasme tersebut ditunjukkan melalui *venue* terlaksananya *event* tersebut yang dipenuhi oleh penggemar AKB48 di Malaysia dan penggemar AKB48 di Malaysia dengan cara meneriakkan *chant* sepanjang konser AKB48 berlangsung.

Sister group AKB48, JKT48 konser pertama kali di Malaysia secara langsung pada tahun 2023 pada *event* bertajuk “*AniManGaki 2023*”¹⁷. Sebenarnya ini bukanlah pertama kalinya bagi JKT48 *perform* di Malaysia. sebelumnya pada *event* “*Japan Expo 2020*” JKT48 pernah melakukan *talkshow* kolaborasi bersama *sister*

¹³ Yamato Eriko, “Accumulating Japanese Populer Culture: Media Consumption Experiences of Malaysian Young Adults,” *Media Asia* 39, no. 4 (2012): 199–208, <https://doi.org/10.1080/01296612.2012.11689938>.

¹⁴ Raisya Aliya Fatika, “Simak 10 Negara Penonton Anime Terbanyak 2023,” goodstats.id, 2024, <https://data.goodstats.id/statistic/simak-10-negara-penonton-anime-terbanyak-2023-3iYGB>.

¹⁵ Japan Expo Malaysia, “First Ever Live! AKB48 Concert In Malaysia,” Japanexpomalaysia.com, 2019, Japanexpomalaysia.com/akb48/.

¹⁶ Pavilion KL, “AKB48 IS HERE AT PAVILION KL!,” [facebook.com/pavilion.kl](https://www.facebook.com/pavilion.kl), 2019, <https://www.facebook.com/share/v/1AAxKi9XPg/?mibextid=wwXifr>.

¹⁷ AniManGaki, “AniManGaki2023,” animangaki.com, 2023, <https://www.animangaki.com/animangaki-2023/>.

group AKB48 lainnya yaitu SKE48 yang dilakukan secara *live streaming*¹⁸. Penggemar JKT48 di Malaysia juga menyambut dengan sangat antusias datangnya JKT48 di Malaysia untuk pertama kali¹⁹. Bahkan antusiasme penggemar JKT48 di Malaysia tidak hanya ditunjukkan ketika konser saja, akan tetapi penggemar JKT48 di Malaysia juga sangat antusias ketika *event meet & greet*.

Atas dasar minat publik Malaysia yang besar terhadap *Idol group* Jepang maka diinisiasikanlah pembentukan KLP48²⁰. KLP48 adalah *idol group* berbasis di Kuala Lumpur, Malaysia yang merupakan *sister group* dari AKB48 yang merupakan *idol group* yang berbasis di Akihabara, Jepang. KLP48 akan membawakan musik J-pop yang diproduksi oleh AKB48 yang akan dikemas dengan menggunakan bahasa nasional Malaysia. KLP48 merupakan *idol group* Jepang pertama yang ada di Malaysia²¹. Inisiator KLP48 mengatakan bahwa mereka berharap penggemar *idol group* Jepang di Malaysia juga mau untuk mendukung KLP48 dan berkembang bersama-sama.

KLP48 hadir di Malaysia dengan konsep "*Tokyo Town Concept in Kuala Lumpur*" untuk memberikan pengalaman autentik Tokyo bagi penggemar yang menyaksikan KLP48 secara langsung²². Konsep ini bertujuan memperkenalkan budaya Jepang secara langsung melalui penampilan KLP48. KLP48 juga

¹⁸ Japan Expo Malaysia, "Highligh Japan Expo 2020," [Japanexpomalaysia.com](http://www.japanexpomalaysia.com), 2020, <http://www.japanexpomalaysia.com/highlight-2020/>.

¹⁹ JKT48TV, *JKT48 GOES TO MALAYSIA*, 2023, https://youtu.be/879-_vVvP5Y?si=t3-dK_e48TW-dZ9U.

²⁰ hideki sukenari, "KLP48 Debuts in Malaysia, Overseas Sister Group of Beloved Japanese Pop Idol Group AKB48," *JapanNews.Yomiuri.Co.Jp*, October 4, 2024.

²¹ Farah Ayuni, "Rakyat Malaysia, Jepun Dan Indonesia Bergabung Cipta Nama KLP48 Di Pentas Antarabangsa," *Majority.Com.My*, 2024, <https://majoriti.com.my/relaks/2024/07/30/rakyat-malaysia-jepun-dan-indonesia-bergabung-cipta-nama-klp48-di-pentas-antarabangsa>.

²² KLP48, "Announcement Regarding the Launch of KLP48," klp48.my, January 1, 2024, <https://klp48.my/news/detail/zQmLoluIP00JucUBc5wxr3WjezUioDF9tx+6uWyEaMs=>.

menargetkan bahwa mereka akan berperan aktif dalam pertukaran budaya²³. Artinya KLP48 akan membawakan budaya Jepang dalam setiap aktivitas mereka. Budaya Jepang ini juga akan menjadi identitas KLP48 yang membedakan KLP48 dengan *idol group* lainnya di Malaysia. KLP48 akan menampilkan anggota dari berbagai negara sebagai bentuk realisasi mereka dalam mewujudkan keragaman budaya. Grup ini juga akan menyanyikan lagu-lagu produksi AKB48 dalam berbagai bahasa yang dapat memperkaya pengalaman budaya dan musik bagi penggemar.

Menanggapi hadirnya KLP48 di Malaysia, *Deputy Chief of Mission* (DCM) kedutaan besar Jepang di Malaysia *Minister* Karimata mengungkapkan bahwa hadirnya KLP48 diharapkan dapat menciptakan *image* positif terhadap AKB48 terhadap masyarakat Malaysia dan juga dapat berkontribusi dalam memperkuat hubungan baik yang telah terjalin antara Jepang dan Malaysia selama ini²⁴. Dukungan positif ini juga dibuktikan dengan penyambutan member KLP48 yang merupakan warga negara Jepang oleh duta besar Jepang untuk Malaysia Takahashi²⁵. Duta besar Takahashi mengungkapkan bahwa dirinya akan mendukung setiap aktivitas dan juga kesempatan mereka dalam merasakan kekayaan budaya yang dimiliki oleh Malaysia.

²³ 48circle, "It Was Announced at the AKB48's Concert Held on March 17 That AKB48's Members Will Join the First Term of KLP48, Which Will Be Based in Kuala Lumpur, Malaysia.," facebook.com/48circle, 2024, <https://www.facebook.com/profile.php?id=61555112695368>.

²⁴ embassy of japan in Malaysia, "Minister Karimata Attend The KLP48 Press Conference," instagram.com/japaninmalaysia, 2024, https://www.instagram.com/p/C-HDbfUS_k/?img_index=1&igsh=YXNveGlxYzBqYnZr.

²⁵ embassy of japan in Malaysia, "Courtesy Call on Ambassador Takahashi by Japanese Member and Staff of KLP48," instagram.com/japaninmalaysia, 2024, <https://www.instagram.com/p/C-HB4qSyjiv/?igsh=MWVkbNjY0YWJvcGp3bQ==>.

Peminat budaya Jepang yang besar di Malaysia menawarkan peluang strategis bagi pemerintah Jepang untuk melakukan diplomasi publik. Dalam konteks ini, aktor non-negara seperti KLP48, *idol group* Jepang di Malaysia, dapat memainkan peran penting. KLP48 yang hadir dengan menggabungkan budaya populer Jepang dan bahasa nasional Malaysia berpotensi menjadi instrumen diplomasi publik yang efektif. Penelitian tentang peran KLP48 dalam diplomasi publik Jepang di Malaysia dari perspektif hubungan internasional akan memberikan wawasan mendalam tentang strategi diplomasi publik dengan memanfaatkan budaya populer sebagai media.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada, maka munculah permasalahan utama yang akan dibahas pada penelitian ini adalah melihat “bagaimana KLP48 sebagai *idol group* Jepang dapat berpotensi dijadikan sebagai aktor diplomasi publik Jepang di Malaysia?”

1.3 Tujuan dan Manfaat penelitian

1.3.1 Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, penelitian ini ditulis dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana KLP48 dapat berpotensi sebagai aktor diplomasi publik Jepang di Malaysia. Dengan membawa budaya populer Jepang ke Malaysia, KLP48 berpotensi menjadi instrumen diplomasi publik efektif melalui media budaya populer.

1.3.2 Manfaat Penelitian

1.3.2.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini dapat dimanfaatkan bagi penelitian yang akan datang dengan cara memberikan pengetahuan dan ide baru mengenai bagaimana diplomasi publik dapat dilakukan dengan menggunakan aktor non-negara yang membawa budaya populer dari negara tersebut ke negara lainnya. Penelitian ini juga memberikan sumbangsi terhadap mata kuliah diplomasi ataupun diplomasi kontemporer pada program studi hubungan internasional dikarenakan pada penelitian ini digambarkan secara jelas mengenai bagaimana proses diplomasi publik terjadi.

1.3.2.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini bermanfaat bagi semua orang termasuk peneliti sendiri untuk meningkatkan pemahaman mengenai macam-macam budaya populer Jepang. Penelitian ini juga dapat memberikan sudut pandang lain tentang KLP48 terlepas dari dunia hiburan.

1.4 Literature review

Penelitian pertama yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah penelitian berjudul “**JKT48 as Japan’s Soft Power Diplomacy Practice in Indonesia (JKT48 sebagai Praktik Soft Power Diplomacy Jepang di Indonesia)**” yang ditulis oleh F. Miftakhul Jannah pada tahun 2022. Pada penelitian ini dijelaskan posisi JKT48 sebagai aktor *soft power diplomacy* yang dikaji melalui teori *soft power*, diplomasi budaya, dan diplomasi publik. Pada penelitian ini juga

dijelaskan mengapa JKT48 dianggap mampu untuk menjalankan peran sebagai aktor *soft power diplomacy*²⁶.

Penelitian yang peneliti tulis digunakan sebagai perbandingan terhadap peran JKT48 dan KLP48 sebagai aktor diplomasi Jepang. Persamaan dari penelitian ini dan penelitian terdahulu adalah penggunaan AKB48 *groups* sebagai aktor diplomasi Jepang. Sedangkan perbedaannya terdapat pada aktor yang berperan dan juga negara tujuan diplomasi, Dimana pada penelitian ini peneliti menggunakan KLP48 sebagai aktor dan juga negara Malaysia sebagai tujuan.

Penelitian terdahulu kedua yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah penelitian berjudul “**Pengaruh JKT48 Dalam Hubungan Bilateral Indonesia-Jepang**” yang ditulis oleh Lutfi Ahmad pada tahun 2023. Penelitian ini menjelaskan tentang upaya yang dilakukan oleh JKT48 dalam memperkenalkan budaya Jepang terhadap masyarakat di Indonesia, dan juga memperkenalkan budaya Indonesia terhadap masyarakat global melalui media tertentu²⁷.

Penelitian yang peneliti tulis digunakan sebagai pelengkap mengenai upaya promosi yang dilakukan oleh aktor dalam memperkenalkan budaya Jepang terhadap publik negara yang dituju. Persamaan antara penelitian yang peneliti tulis dengan penelitian terdahulu ini adalah penggunaan AKB48 *groups* sebagai aktor dalam diplomasi yang dilakukan Jepang. Sedangkan perbedaannya pada penelitian ini menjelaskan pula mengenai upaya promosi yang dilakukan aktor untuk memperkenalkan budaya Jepang terhadap publik negara yang dituju.

²⁶ F Miftakhul Jannah, “JKT48 as Japan’s Soft Power Diplomacy Practice in Indonesia (JKT48 Sebagai Praktik Soft Power Diplomacy Jepang Di Indonesia),” 2022.

²⁷ Lutfi Ahmad, “Pengaruh JKT48 Dalam Hubungan Bilateral Indonesia-Jepang,” 2023.

Penelitian terdahulu ketiga yang peneliti gunakan adalah penelitian berjudul **“J.LEAGUE PARTNER NATIONS (JPN) SEBAGAI UPAYA DIPLOMASI PUBLIK JEPANG TERHADAP MASYARAKAT INDONESIA”** yang ditulis oleh Ari Alvitra pada tahun 2024. Pada penelitian ini dijelaskan bagaimana pemerintah Jepang menjadikan olahraga sepak bola melalui *J.League Partner Nation (JPN)* yang diselenggarakan oleh *Japan Football Association (JFA)* pada tahun 2018 - 2022 sebagai upaya melakukan diplomasi publik terhadap masyarakat Indonesia²⁸.

Penelitian yang peneliti tulis digunakan sebagai penambah terhadap aktor yang berperan dalam diplomasi publik yang dilakukan oleh Jepang. Persamaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu diatas adalah sama-sama membahas mengenai diplomasi publik yang dilakukan oleh Jepang. Sedangkan perbedaannya adalah penggunaan aktor dan media yang berbeda dimana pada penelitian ini menggunakan KLP48 sebagai aktor dan juga *pop culture* Jepang sebagai media.

Penelitian terdahulu keempat yang digunakan adalah penelitian berjudul **“STRATEGI “COOL JAPAN” DAN KEBERHASILAN DIPLOMASI BUDAYA JEPUN DI MALAYSIA”** yang ditulis oleh Rohayati Paidi pada tahun 2023 yang menjelaskan mengenai minat masyarakat Malaysia terhadap produk-

²⁸ alvitra ari, “(1) J.LEAGUE-Ari Alvitra Cover & Abstrak,” [Http://Scholar.Unand.Ac.Id/465405/](http://Scholar.Unand.Ac.Id/465405/), 2024.

produk *pop culture* Jepang yang digunakan sebagai media pemerintah Jepang sebagai media melakukan diplomasi publik²⁹.

Penelitian ini digunakan sebagai penambah mengenai aktor yang berperan dalam diplomasi publik Jepang di Malaysia. Persamaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu diatas adalah sama-sama menjelaskan mengenai upaya pemerintah Jepang dalam melakukan diplomasi publik di Malaysia menggunakan *pop culture* sebagai media. Sedangkan perbedaannya adalah pada penelitian ini menjelaskan secara spesifik mengenai penggunaan budaya *idol* Jepang sebagai media Jepang melakukan diplomasi publik dan juga KLP48 sebagai aktor.

Penelitian terdahulu kelima yang digunakan adalah penelitian berjudul ” **Cultural Flow of Anime into Malaysia: Appropriating Islam and the Malaysian Ideals into Upin&Ipin**” yang ditulis oleh Annas Mahmud pada tahun 2013 yang menjelaskan mengenai kesuksesan *pop culture* Jepang diterima oleh masyarakat Malaysia. Pada penelitian ini dijelaskan bagaimana *pop culture* Jepang mampu mempengaruhi masyarakat Malaysia yang menandakan *pop culture* Jepang merupakan media diplomasi publik yang sukses³⁰.

Penelitian ini digunakan sebagai pelengkap mengenai bagaimana *pop culture* Jepang digunakan sebagai media oleh pemerintah Jepang untuk melakukan diplomasi publik di Malaysia. Persamaan antara penelitian ini dengan penelitian

²⁹ Rohayati Paidi, “‘Japan Cool’ Strategy and the Outcome of Japanese Cultural Diplomacy in Malaysia,” *Journal of Strategic Studies & International Affairs* 3, no. 1 (July 31, 2023): 108–28, <https://doi.org/10.17576/sinergi.0301.2023.10>.

³⁰ Annas Mahmud, “Cultural Flow of Anime into Malaysia: Appropriating Islam and the Malaysian Ideals into Upin&Ipin,” 2013.

terdahulu diatas adalah sama-sama membahas mengenai bagaimana masyarakat Malaysia merespon terhadap *pop culture* Jepang. Sedangkan perbedaannya adalah pada penelitian ini menjelaskan bagaimana *pop culture* berperan sebagai media diplomasi publik dan juga KLP48 yang secara spesifik menjadi aktor.

Tabel 1.1 Posisi Penelitian

NO	Judul, Peneliti, Dan Tahun	Teori Atau Konsep Yang Digunakan	Persamaan	Perbedaan
1	“ JKT48 as Japan’s Soft Power Diplomacy Practice in Indonesia (JKT48 sebagai Praktik Soft Power Diplomacy Jepang di Indonesia) ” yang ditulis oleh F. Miftakhul Jannah pada tahun 2022	Soft Power	Penggunaan AKB48 <i>groups</i> sebagai objek penelitian yang membahas mengenai diplomasi.	Aktor yang berperan dan juga negara sebagai tujuan diplomasi, Dimana pada penelitian ini peneliti menggunakan KLP48 sebagai aktor dan juga negara Malaysia sebagai tujuan.
2	“ Pengaruh JKT48 dalam Hubungan Bilateral Indonesia-Jepang ” yang ditulis oleh Lutfi Ahmad pada tahun 2023	Soft Power	Penggunaan AKB48 <i>groups</i> sebagai aktor dalam diplomasi yang dilakukan Jepang.	Upaya promosi yang dilakukan aktor untuk memperkenalkan budaya Jepang terhadap publik negara yang dituju.
3	“ J.LEAGUE PARTNER NATIONS (JPN) SEBAGAI UPAYA DIPLOMASI PUBLIK JEPANG TERHADAP MASYARAKAT INDONESIA ” yang ditulis oleh Ari	Diplomasi publik	Penggunaan diplomasi publik yang dilakukan oleh Jepang sebagai objek penelitian.	Penggunaan aktor dan media yang berbeda dimana pada penelitian ini menggunakan KLP48 sebagai aktor dan juga <i>pop culture</i> Jepang sebagai media.

NO	Judul, Peneliti, Dan Tahun	Teori Atau Konsep Yang Digunakan	Persamaan	Perbedaan
	Alvitra pada tahun 2024			
4	“STRATEGI “COOL JAPAN” DAN KEBERHASILAN DIPLOMASI BUDAYA JEPUNDI MALAYSIA” yang ditulis oleh Rohayati Paidi pada tahun 2023	Diplomasi Budaya	Upaya pemerintah Jepang dalam melakukan diplomasi publik di Malaysia menggunakan <i>pop culture</i> sebagai media.	Penggunaan budaya <i>idol</i> Jepang sebagai media Jepang melakukan diplomasi publik dan juga AKB48 sebagai aktor.
5	Cultural Flow of Anime into Malaysia: Appropriating Islam and the Malaysian Ideals into Upin&Ipin ” yang ditulis oleh Annas Mahmud pada tahun 2013	Shift in Center or Periphery	bagaimana masyarakat Malaysia merespon terhadap <i>pop culture</i> Jepang.	bagaimana <i>pop culture</i> berperan sebagai media diplomasi publik dan juga AKB48 yang secara spesifik menjadi aktor.

1.5 Konsep Diplomasi Publik

Menurut Hans Tuch, diplomasi publik merupakan interaksi komunikasi langsung yang dilakukan oleh pemerintah dengan publik asing dalam upaya membawa pemahaman tentang gagasan dan cita-cita bangsanya, institusi dan budayanya, serta kepentingan nasional dan kebijakan saat ini³¹. Hans Tuch mengatakan bahwa perbedaan utama antara diplomasi publik dan diplomasi tradisional adalah keterbukaan dalam proses pelaksanaannya. Pada proses

³¹ hans tuch, “COMMUNICATING WITH THE WORLD,” 1990.

diplomasi publik dilakukan aktor yang berperan dilakukan secara langsung dan terbuka terhadap objek diplomasi, sedangkan traditional diplomacy dilakukan secara tertutup dan hanya melibatkan aktor yang terlibat dalam prosesnya.

Sebenarnya diplomasi publik bukanlah sesuatu yang baru. Diplomasi publik telah dipraktikkan oleh Perancis pada tahun 1883 ketika pada saat itu mereka mengalami kekalahan pada perang *Franco-Prussian*. Pemerintah Perancis pada era itu menggunakan bahasa dan sastra mereka sebagai media melakukan diplomasi untuk memperbaiki citra mereka pada masa itu. Selanjutnya pada tahun 1917, pada masa kepemimpinan presiden Woodrow Wilson Amerika Serikat menggunakan film sebagai media propaganda. Film digunakan oleh pemerintah Amerika untuk menciptakan citra baik Amerika Serikat pada masa itu³².

Pada masa *post-cold war*, diplomasi publik turut berkembang bersama dengan revolusi yang terjadi pada media massa, politik, dan hubungan internasional. Revolusi media massa melahirkan internet dan juga jaringan berita global. Revolusi politik yang banyak merubah masyarakat dari autocracy menjadi democracy yang menyebabkan peningkatan pesat pada partisipasi masyarakat dalam bidang politik. Dalam hubungan internasional revolusi yang terjadi adalah bergesernya nilai-nilai militer dan ekonomi menjadi persuasi dan daya tarik. Dengan adanya 3 revolusi besar ini menjadikan diplomasi publik sebagai suatu strategi yang sangat efektif untuk digunakan oleh negara-negara di dunia³³.

³² Joseph S. Nye, "Public Diplomacy and Soft Power," *Annals of the American Academy of Political and Social Science* 616, no. 1 (March 2008): 94–109, <https://doi.org/10.1177/0002716207311699>.

³³ Eytan Gilboa, "Searching for a Theory of Public Diplomacy," *Annals of the American Academy of Political and Social Science* 616, no. 1 (March 2008): 55–77, <https://doi.org/10.1177/0002716207312142>.

New public diplomacy (diplomasi publik baru) merupakan sesuatu yang muncul setelah berkembangnya diplomasi publik. Diplomasi publik berevolusi seiring dengan adanya hambatan yang muncul. Perkembangan informasi yang sangat pesat menjadikan diplomasi publik tidak bisa dilakukan secara sembarangan oleh suatu negara, mereka perlu untuk memperhatikan mengenai kredibilitas yang ada dalam informasi yang mereka berikan terhadap publik asing. Tantangan lainnya adalah pemisahan informasi yang sulit untuk dipisahkan antara yang ditujukan untuk publik domestik dan publik asing dalam proses diplomasi publik. Diplomasi publik merupakan praktik yang berhubungan erat dengan adanya propaganda, *national branding*, dan juga *cultural diplomacy*. Akan tetapi pemerintah tidak bisa seenaknya menyebarkan informasi yang mereka tuju kepada publik asing tanpa mempertimbangkan kredibilitasnya³⁴.

Menurut Nancy Snow dalam diplomasi publik baru mengharuskan adanya komunikasi dua arah. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi mengubah mekanisme diplomasi publik dari pemerintah kepada publik dengan tujuan untuk menginformasikan, mempengaruhi, dan melibatkan publik tersebut dalam mendukung tujuan nasional dan kebijakan luar negeri menjadi publik kepada publik yang memungkinkan publik untuk lebih proaktif dari pada sekedar reaktif. Adanya pergeseran ini membagi publik menjadi dua kelompok, yang pertama adalah mereka yang memandang diplomasi publik sebagai kejahatan yang diperlukan, taktik tambahan belaka yang mendukung diplomasi publik konvensional dan upaya diplomasi tradisional; dan mereka yang memandang

³⁴ Jan Melissen, *The New Public Diplomacy* (Palgrave Macmillan, 2002).

diplomasi publik sebagai konteks atau lingkungan bagaimana bangsa berinteraksi satu sama lain³⁵.

Pada buku “*The New Public Diplomacy*” terdapat tiga tokoh yang membicarakan mengenai bagaimana diplomasi publik dapat bekerja secara efektif. Menurut Chyntia P. Schneider diplomasi publik akan lebih efektif ketika suatu negara menggunakan budaya mereka sebagai media. Budaya merupakan sesuatu yang lebih mudah diterima oleh masyarakat luas sehingga akan mempermudah suatu negara untuk mencapai tujuan mereka dalam menciptakan citra yang baik terhadap publik asing. Menurut Wally Olins diplomasi publik juga bisa dilakukan dengan cara membentuk *national branding*. *National branding* merupakan upaya yang dilakukan oleh suatu negara dengan mempromosikan negara sesuai dengan *image* yang diinginkan oleh negara tersebut. *National branding* dapat dilakukan dengan melakukan ekspor produk dan juga *brand* yang identik, melakukan investasi asing, atau juga industri pariwisata. Menurut Shaun Riordan diplomasi publik akan berhasil jika aktor diplomasi publik melakukan dialog secara langsung. Hal ini dianggap lebih penting daripada sekedar membentuk *national branding* atau mempromosikan budaya. Dialog langsung juga dapat ditunjang dengan adanya masyarakat yang aktif dan juga kolaborasi dengan *non state actor*³⁶.

KLP48 dapat diimplementasikan sebagai aktor diplomasi publik yang efektif. Hal ini karena dalam aktivitas mereka, KLP48 secara konsisten membawa budaya Jepang, seperti musik, *fashion*, dan sikap yang mencerminkan nilai-nilai Jepang.

³⁵ Nancy Snow and Nicholas J. Cull, “Routledge Handbook of Public Diplomacy,” *Routledge Handbook of Public Diplomacy*, 2020, 1–528, <https://doi.org/10.4324/9780429465543>.

³⁶ melissen, *The New Public Diplomacy*.

Sebagai produk *franchise* dari AKB48 dan Jepang, KLP48 juga memperkenalkan lagu-lagu produksi AKB48, sehingga membantu menciptakan *national branding* bagi negara Jepang. Selain itu, KLP48 juga menjunjung tinggi prinsip "*berkembang bersama fans*", yang berarti bahwa pendapat dan aspirasi penggemar sangat dihargai. Dengan demikian, tercipta komunikasi dua arah yang efektif antara manajemen KLP48, member KLP48, dan penggemar.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan menggunakan metode pendekatan kualitatif. Penelitian Kualitatif merupakan penelitian yang digunakan untuk menguji sampel yang bersifat representatif guna untuk menguji hipotesa yang telah ditetapkan. Penelitian kualitatif memandang realitas sebagai sesuatu yang utuh, dinamis dan bersifat sebab akibat. Pada penelitian yang peneliti tulis menggunakan kata bagaimana untuk menjelaskan peran KLP48 sebagai aktor diplomasi publik Jepang di Malaysia³⁷.

1.6.2 Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan dokumen. Dokumen merupakan catatan peristiwa yang telah berlalu yang berbentuk tulisan seperti catatan harian, biografi, peraturan, dan kebijakan, serta dokumen berbentuk gambar seperti foto,

³⁷ Sugiyono, "671612229-Sugiyono-2013-Metode-Penelitian-Kuantitatif-Kualitatif-Dan-R-D-1.Pdf," 2013.

video, dan juga sketsa³⁸. Secara lebih spesifik peneliti menggunakan dokumen yang membahas atau meneliti mengenai diplomasi publik Jepang dan Malaysia, dan juga KLP48.

1.6.3 Teknik Analisa Data

Proses analisa data adalah kegiatan merangkai secara sistematis data yang telah didapatkan sebelumnya dengan cara mengorganisasikan kedalam suatu kategori, menjabarkan kedalam unit yang lebih kecil, dan menyusun data kedalam pola untuk membuat data lebih mudah untuk dimengerti. Pada penelitian kualitatif tidak terdapat suatu pola yang pasti dalam proses analisa data yang terjadi. Sehingga kerap kali menyulitkan dalam proses analisa data. Analisa data kualitatif bersifat induktif dengan mengubah data menjadi sebuah hipotesa yang selanjutnya data digunakan untuk membuktikan kebenaran hipotesa³⁹.

Sebelum melakukan penelitian, peneliti harus melakukan analisa terhadap fenomena untuk menentukan fokus penelitian, hal ini disebut dengan analisis data sebelum di lapangan. Selanjutnya peneliti melakukan analisa data yang ada di lapangan dengan mengumpulkan data yang tersedia di lapangan. Pada saat di lapangan setelah data terkumpul peneliti harus melakukan reduksi data dengan mengorganisasikan data sesuai dengan kategori dengan demikian, maka didapat data yang dianggap penting. Setelah melakukan reduksi

³⁸ Sugiyono.

³⁹ Sugiyono.

peneliti menyajikan data yang didapatkan ke dalam bentuk grafik atau table yang kemudian digunakan untuk membuktikan hipotesa yang dibuat sebelumnya.

1.6.4 Ruang Lingkup

1.6.4.1 Batasan Waktu

Untuk pengambilan data penelitian diambil data pada bulan Januari tahun 2024 sampai dengan kuartal pertama tahun 2025. Hal ini disesuaikan dengan waktu diresmikannya KLP48 pada 1 Januari 2024 hingga pada saat penelitian ini ditulis. sedangkan sebagai pembandingan dan *literature review* diambil data penelitian pada kisaran 5 tahun terakhir (2019 – 2024).

1.6.4.2 Batasan materi

Penelitian ini berfokus pada diplomasi publik Jepang di Malaysia dan budaya populer Jepang yang dibawakan oleh KLP48 sebagai aktor diplomasi publik Jepang di Malaysia.

1.7 Argumen Pokok

Pada penelitian ini argument pokok yang ingin dimunculkan oleh peneliti adalah bahwa budaya populer dapat dimanfaatkan sebagai media dalam melakukan diplomasi publik oleh suatu negara. Dalam konteks penelitian ini maka budaya populer yang dimaksud merupakan budaya *idol group* Jepang dan juga budaya-budaya lainnya yang dicakup yang dibawakan oleh KLP48 pada saat melakukan kegiatan. Berdasarkan hal tersebut maka dapat disimpulkan

bahwa KLP48 merupakan contoh aktor non-negara dalam diplomasi publik Jepang di Malaysia yang memanfaatkan budaya populer sebagai media.

1.8 Sistematika Penulisan

Tabel 1.2 Sistematika Penulisan

Bab	Isi Bab
Bab I Pendahuluan	1.1 Latar Belakang 1.2 Rumusan Masalah 1.3 Tujuan dan manfaat penelitian 1.3.1 Tujuan penelitian 1.3.2 Manfaat penelitian 1.4 Literature review 1.5 Konsep 1.6 Metode penelitian 1.6.1 Jenis penelitian 1.6.2 Teknik penelitian data 1.6.3 Teknik analisa data 1.6.4 Ruang lingkup 1.6.4.1 Batasan waktu 1.6.4.2 Batasan materi 1.7 Hipotesa 1.8 Sistematika penulisan
Bab II KLP48 dan Idol Group Sebagai Budaya Populer Jepang	2.1 Proses Terbentuknya KLP48 2.2 KLP48 Sebagai Idol Group Yang Merupakan Budaya Populer Jepang. 2.3 Aktivitas KLP48 Sebagai Sebuah Idol Group Jepang di Malaysia. 2.3.1 Konser Yang Dilakukan Oleh KLP48 2.3.2 Meet & Greet yang dilakukan Oleh KLP48 2.3.3 Kegiatan Lain KLP 48 Sebagai Idol Group Jepang
Bab III KLP48 Sebagai Aktor Diplomasi Publik Jepang di Malaysia	3.1 KLP48 Sebagai Idol Group Jepang Yang Mempromosikan Budaya Jepang di Malaysia. 3.2 KLP48 Dalam Menciptakan Nation-Branding Bagi Negara Jepang 3.2.1 KLP48 Dalam Menciptakan <i>Nation-branding</i> Melalui “ <i>Tokyo Town Concept in Kuala Lumpur</i> ” 3.2.2 KLP48 Sebagai Produk Ekspor Negara Jepang 3.3 Respon Publik Malaysia terhadap KLP48 3.4 KLP48 Dalam Menciptakan Komunikasi Langsung Dengan publik Malaysia 3.5 KLP48 sebagai Aktor Diplomasi Publik Jepang di Malaysia
Bab IV	4.1 Kesimpulan 4.2 Saran

Bab	Isi Bab
Kesimpulan dan Saran	

